

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА  
Навчально-науковий інститут журналістики

Кафедра мови та стилістики



«ЗАТВЕРДЖУЮ»  
Заступник директора  
навчально-виховної роботи  
Віталій КОРНЄЄВ  
» \_\_\_\_\_ 2022 року

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**ІНОЗЕМНА МОВА ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ  
для студентів**

галузь знань: **06 журналістика**  
спеціальність: **061 журналістика**  
освітній рівень: **другий, магістр**  
освітня програма: **Бренд-комунікації**  
дисципліна: **обов'язкова**

Форма навчання	денна
Навчальний рік	2022 / 2023
Семестр	1
Кількість кредитів ECTS	3
Мова викладання, навчання та оцінювання	англійська
Форма заключного контролю	залік

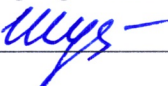
Пролонговано: на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) «\_\_» 20\_\_ р.  
на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) «\_\_» 20\_\_ р

**КИЇВ – 2022**

**Розробники:** Олена ТКАЧУК-МІРОШНИЧЕНКО, кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри мови та стилістики, Олена ФОМЕНКО, кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри мови та стилістики

ЗАТВЕРДЖЕНО

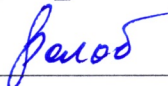
Зав. кафедри мови та стилістики

 (Наталія ШУМАРОВА)

Протокол № 13 від «30» червня 2022 р.

Схвалено науково-методичною комісією Навчально-наукового інституту журналістики

Протокол від «29» серпня 2022 року № 1

Голова науково-методичної комісії  (Анастасія ВОЛОБУСВА)

**1. Мета дисципліни** полягає у подальшому розвитку та поглибленні професійно-орієнтованих комунікативних мовленнєвих компетенцій для забезпечення ефективного спілкування у професійному середовищі; розвитку навичок критичного, аналітичного й дивергентного мислення у процесі роботи з фаховими матеріалами; розширенні мовно-культурного і професійного світогляду майбутніх спеціалістів у галузі бренд-комунікацій.

## **2. Попередні вимоги до опанування навчальної дисципліни**

### **1) Знати:**

- лексичний матеріал у межах програми з іноземної (англійської) мови для підготовки бакалаврів за освітньою програмою «Журналістика та соціальна комунікація»;
- граматичний матеріал у межах програми з іноземної (англійської) мови для підготовки бакалаврів за освітньою програмою «Журналістика та соціальна комунікація».

### **2) Вміти:**

- розуміти складні тексти з обраної галузі знань; виокремлювати й розпізнавати ставлення автора, навіть якщо це ставлення є імпліцитним;
- швидко і вільно висловлюватися під час спонтанної комунікації, вміти перефразувати власну думку і/чи думку автора;
- активно використовувати в усному і писемному мовленні лексичні та лексико-граматичні одиниці професійно-орієнтованої тематики;
- оперувати коректними граматичними структурами в усному і писемному мовленні;
- без помітних ускладнень сприймати інформацію на слух, розуміти зміст монологічного та діалогічного мовлення у професійній сфері;
- здійснювати самостійний пошук та аналіз інформації, готувати презентації, дискусії, писати есеї, вміти висловлювати думку в повному обсязі з урахуванням стилістичних особливостей конкретного жанру; грамотно писати резюме до іншомовного тексту професійно-орієнтованої тематики;
- чітко формулювати судження, детально висловлюватися і логічно вибудовувати відповідь; демонструвати свідоме й правильне володіння граматичними структурами, лексичними одиницями тощо.

### **3) Володіти:**

навичками аудіювання, говоріння, читання і писемного мовлення у межах програми з іноземної (англійської) мови для підготовки бакалаврів освітньої програми «Журналістика та соціальна комунікація».

## **3. Анотація навчальної дисципліни**

Навчальна мета дисципліни «**Іноземна мова за професійним спрямуванням**» полягає у поглибленні професійно-орієнтованих комунікативних мовленнєвих компетенцій у сфері бренд-комунікацій. У межах дисципліни студенти/студентки вивчатимуть особливості іноземної (англійської) мови в сфері бренд-комунікацій, виконуватимуть завдання з читання, слухання, усного та писемного мовлення, робитимуть проєкти, які сприятимуть глибшому розумінню професійно-орієнтованої тематики та розвиватимуть творчі та професійні здібності студентів/студенток, допомагаючи їм генерувати нові ідеї.

Дисципліна сприятиме розвитку здатності студентів/студенток використовувати іноземну мову в популяризації своєї дослідницької або інноваційної роботи, для розширення каналів отримання інформації, в тому числі для організації транскордонного медіапартнерства в реалізації спільних медійних проєктів, журналістських розслідувань, обміну даними, працювати

з джерелами професійної інформації іноземною мовою, писати рецензію на наукову статтю та/або інноваційний проєкт, наукову статтю.

**4. Завдання (навчальні цілі)** спрямовані на те, щоб надати студентам/студенткам сучасні знання у сфері бренд-комунікацій, а також розвинути вміння студентів/студенток ефективно використовувати іноземну мову як засіб спілкування у професійній діяльності; розширити, урізноманітнити й активізувати словниковий запас студентів/студенток (зокрема, професійної лексики); розвинути вміння іншомовного професійного ситуативно-орієнтованого спілкування в усіх видах мовленнєвої діяльності для того, щоб доносити власні висновки, а також знання та пояснення, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються; виконувати спеціалізовані практичні завдання; здійснювати пошук, відбір, читання, рецензування іноземною мовою і проводити критичний аналіз сучасних іншомовних джерел, які охоплюють сферу професійної діяльності фахівця у галузі бренд-комунікацій; розкрити перед студентами/студентками потенціал іноземної мови у розширенні мовно-мовленнєвих, прагматичних, соціолінгвістичних та особистісних компетенцій.

#### 5. Результати навчання за дисципліною:

Результат навчання (1. знати; 2. вміти; 3. комунікація; 4. автономність та відповідальність)		Форми (та/або методи і технології) викладання і навчання	Методи оцінювання та <u>пороговий</u> критерій оцінювання (за необхідності)	Відсоток у підсумковій оцінці з дисципліни
Код	Результат навчання			
1.1.	Знати основні напрями функціонування і розвитку іноземної мови у сфері професійного спілкування	Практичні заняття	Усна відповідь Залік	5
1.2.	Знати типові моделі спілкування, притаманні різним мовним ситуаціям	Практичні заняття	Усна відповідь Залік	5
1.3.	Знати ключові поняття і терміни сучасного іншомовного журналістського дискурсу	Практичні заняття	Усна відповідь Письмова відповідь Залік	5
1.4.	Знати орфографічні, лексичні, граматичні та стилістичні норми сучасної іноземної мови для спеціальних цілей	Практичні заняття	Усна відповідь Письмова відповідь Залік	5
2.1.	Вміти застосовувати на практиці набуті знання під час виконання спеціалізованих завдань	Практичні заняття	Усна відповідь Письмова відповідь Залік	5
2.2.	Вміти читати фахову іншомовну літературу в оригіналі з опорою на вивчений мовний матеріал, фонові лінгвокраїнознавчі та професійні знання, навички мовної та контекстуальної здогадки	Практичні заняття	Усна відповідь Письмова відповідь	5

2.3.	Вміти граматично, стилістично, синтаксично та орфографічно правильно передавати форму, зміст, висловлювати особисте ставлення до проблеми, обґрунтовувати власну думку, обирати відповідне оформлення усного/письмового повідомлення, зокрема, рецензії на наукову статтю та/або інноваційний проєкт, статті	Практичні заняття	Усна відповідь Письмова відповідь Залік	5
2.4.	Вміти сприймати і розуміти іншомовну інформацію на слух (у форматі аудіозапису (час звучання до 15 хв.) та, під час безпосереднього спілкування, давати оцінку послідовності подій та правдивості інформації	Практичні заняття	Усна відповідь Письмова відповідь	5
2.5.	Вміти створювати медійні проєкти, звіти та презентувати їх іноземною мовою	Практичні заняття	Усна відповідь	13
2.6.	Вміти критично мислити, розуміти текстуально-мовні явища	Практичні заняття	Усна відповідь	3
3.1.	Комунікувати іноземною (англійською) мовою у межах рівня володіння: – взаємодіяти в колективі для виконання завдань; – продукувати деталізовані усні й письмові повідомлення	Практичні заняття	Усна відповідь Письмова відповідь Залік	10
3.2.	Комунікувати іноземною мовою в усній формі (через говоріння) монологічно (обсяг 35-40 фраз) та діалогічно у формі презентацій, опитувань, обговорень, дискусій, висловлюючи та захищаючи власну точку зору (25-30 реплік)	Практичні заняття	Усна відповідь Залік	8
3.3.	Презентувати свої проєкти	Практичні заняття	Усна відповідь Презентація	15
4.1.	Самостійно працювати з іноземними інформаційно-пошуковими та експертними системами, здобувати потрібну іншомовну інформацію, обробляти й творчо використовувати її на практиці, для створення власних презентацій та проєктів, налагодження міжнародних ділових контактів	Практичні заняття	Усна відповідь Презентація	8

4.2.	Критично опрацьовувати іншомовну інформацію про юридичні та етичні ризики у роботі журналіста/ журналістки	Практичні заняття	Усна відповідь Письмова відповідь	3
	Разом			100%

#### 6. Співвідношення результатів навчання дисципліни із програмними результатами навчання (необов'язково для вибіркових дисциплін які не входять до блоків спеціалізації)

Програмні результати навчання (назва)	Результати навчання дисципліни (код)														
	1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	3.1	3.2	3.3	4.1	4.2
Писати рецензію на наукову статтю та/або інноваційний проєкт			*	*	*		*				*				*
Використовувати іноземні мови у популяризації своєї дослідницької та/або інноваційної роботи	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Оцінювати проблеми професійної діяльності, застосовуючи знання з різних предметних галузей	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*
Писати наукову статтю за результатами дослідження			*	*	*	*	*				*				*

#### 7. Схема формування оцінки

Контроль знань студентів/студенток здійснюється за модульно-рейтинговою системою. Протягом семестру 50% балів відводиться на аудиторні заняття (практичні заняття) і 50% – на самостійну роботу у вигляді виконання домашніх завдань, презентацій, написання рецензій, есеїв, самостійних робіт, модульних контрольних робіт.

Для допуску до заліку студент/студентка має набрати впродовж семестру загалом не менше 40 балів (рекомендовано – 48 балів), максимально – 80 балів. Під час складання заліку студент/студентка може отримати максимально 20 балів, мінімально – 12 балів.

#### 7.1. Форми оцінювання студентів/студенток:

– семестрове оцінювання:

	Розподіл балів за 1 модуль	
Аудиторні (практичні заняття) (3 теми)	3x4=12	3x6,6=20
Самостійна робота, до якої входять:	12:	20:
– виконання домашніх завдань із кожної теми	6 (3x2)	9 (3x3)
– презентації	4	6

– модульна контрольна робота	2	5
Підсумкова кількість балів за 1 модуль	Min. 24	Max. 40

- підсумкове оцінювання:
- форма оцінювання – залік;
- максимальна кількість балів, які може отримати студент/студентка – 20 балів; мінімальна – 12 балів;
- форма проведення заліку – письмова.

Студенти/студентки, які впродовж навчального семестру набрали сумарно менше 48 балів, обов'язково повинні виконати комплексну контрольну роботу на задовільну оцінку (повинні виконати не менше, ніж 60% завдань). Зазначені бали (не менше 48) є підставою для допуску до перескладання заліку.

Студентам/студенткам, які протягом навчального семестру відвідали менше ніж 60% занять чи були присутні на заняттях, але не були готові, – необхідно скласти матеріали за пройденими змістовими модулями, аби вважатися такими, що прослухали курс з іноземної мови за професійним спрямуванням.

## 7.2. Організація оцінювання

Дисципліна має два змістові модулі, які включають у себе практичні заняття з постійним контролем рівня засвоєння знань матеріалу навчальної дисципліни на кожному занятті та самостійну роботу студентів/студенток – виконання домашніх завдань та презентацій.

Оцінювання успішності знань студентів/студенток здійснюється у двох формах: семестрове оцінювання (практичні заняття, самостійна робота) і підсумкове оцінювання (залік).

Успішне виконання завдання (практичні заняття, самостійна робота, модульна контрольна робота, залік) – отримання за роботу не менше 60% від максимальної оцінки.

Загальна сума балів – 100 балів:

– із них семестрове оцінювання – максимум 80 балів, підсумкове оцінювання (залік) – максимум 20 балів.

Після завершення першого змістового модуля проводиться **модульна контрольна робота**.

У період дії воєнного/надзвичайного стану студенти/студентки, котрі не мають можливості відвідувати заняття, можуть самостійно опрацювати навчальний матеріал, сформувані компетентності, здобути практичні результати навчання, передбачені темою заняття, та надати викладачеві письмові роботи протягом 14 календарних днів після відповідного заняття. Матеріали й завдання для самостійного опрацювання викладач/викладачка оприлюднює в Google-класі.

### *Шкала відповідності оцінок*

<b>Відмінно / Excellent</b>	90-100
<b>Добре / Good</b>	75-89
<b>Задовільно / Satisfactory</b>	60-74
<b>Незадовільно / Fail</b>	0-59

## 8. Структура навчальної дисципліни. Тематичний план практичних занять

№ п/п	Номер і назва теми	Кількість годин	
		Практичні заняття	Самостійна робота
<i>Змістовий модуль 1</i>			
1	<i>Тема 1.</i> Поняття бренду та брендингу. Брендинг у системі медіакомунікацій. Традиційні та інноваційні інструменти бренд-комунікацій. Роль реклами та PR у побудові бренду	4	8
2	<i>Тема 2.</i> Креативні технології у сфері бренд-комунікацій. Принципи ефективної реклами. Роль мовних засобів у створенні бренду. Брендинг і неймінг	4	8
3	<i>Тема 3.</i> Бренд-комунікації у цифрову добу. Роль особистих брендів експертів. Роль інфлюенсерів у соціальних медіа	4	8
4	<i>Проміжний контроль (Модульна контрольна робота 1)</i>	3	6
<i>Змістовий модуль 2</i>			
5	<i>Тема 4.</i> Тренди бренд-комунікацій: диджиталізація і персоналізація рекламних повідомлень. Сучасний стан бренд-комунікацій в Україні. Успішні кейси	6	8
6	<i>Тема 5.</i> Написання рецензії на наукову статтю за фахом: лексико-граматичні та структурні особливості	2	6
7	<i>Тема 6.</i> Фахова публікація: структурні елементи та лінгвостилістичні особливості оглядової статті	4	10
8	<i>Модульна контрольна робота 2</i>	3	6
	<b>УСЬОГО:</b>	30	60

Загальний обсяг 90 год., у тому числі:

Практичні заняття – 30 год.

Самостійна робота – 60 год.

## 9. Рекомендовані джерела:

### Основні:

- 1) Academic Phrasebank. The University of Manchester. URL: <https://www.phrasebank.manchester.ac.uk/about-academic-phrasebank/>
- 2) Annotated Bibliographies. Purdue University. URL: [https://owl.purdue.edu/owl/general\\_writing/common\\_writing\\_assignments/annotated\\_bibliographies/](https://owl.purdue.edu/owl/general_writing/common_writing_assignments/annotated_bibliographies/)
- 3) Berger J. Contagious: Why Things Catch On. New York, NY: Simon & Schuster. 2013. 256 p.
- 4) Codes of Ethics. URL: <https://accountablejournalism.org/ethics-codes>
- 5) How to Write an Article Review. URL: <https://www.myperfectwords.com/blog/general/article-review>

- 6) Klein N. No logo: no space, no choice, no jobs. Picador. 2002. 502 p.
- 7) Kraft N. Writing Fabulous Features. Ohio State University. 2019. URL: <https://open.umn.edu/opentextbooks/textbooks/writing-fabulous-features>
- 8) Media Law, Ethics and Regulation. URL: <https://www.bbc.co.uk/bitesize/guides/zyt282p/revision/4>
- 9) Roberts J. Writing for Strategic Communication Industries. Ohio State University. 2016. URL: <https://open.umn.edu/opentextbooks/textbooks/writing-for-strategic-communication-industries>
- 10) Style Guide Overview. Purdue University. URL: [https://owl.purdue.edu/owl/avoiding\\_plagiarism/guide\\_overview%20.html](https://owl.purdue.edu/owl/avoiding_plagiarism/guide_overview%20.html)
- 11) Zinsser W. On writing well: The classic guide to writing nonfiction. New York. 2016. 336 p.

### *Додаткові:*

- 1) Ads of the World. URL: <http://www.adsoftheworld.com>
- 2) Banet-Weiser S. Authentic TM: The Politics of Ambivalence in a Brand Culture. NYU Press. 2012. 266 p.
- 3) Fill C., Roper S. Corporate reputation: brand and communication. Pearson. 2012. 332 p.
- 4) Jin B., Cedrola E. (eds.). Fashion Branding and Communication: Core Strategies of European Luxury Brands. Palgrave Macmillan US, 2017. 188 p.
- 5) Klein N. The Shock Doctrine: The Rise of Disaster Capitalism. Penguin Books. 2008. 559 p.
- 6) Olmsted J. Tools for Podcasting. American University. 2019. URL: <https://open.umn.edu/opentextbooks/textbooks/tools-for-podcasting>
- 7) Rees S. Public Relations, Branding and Authenticity: Brand Communications in the Digital Age. Routledge. 2020. 186 p.
- 8) Tkachuk-Miroshnychenko O. Advertising. New Peeks. Kyiv, 2019. 157 p. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/navch/PracticeTM.pdf>.
- 9) The Active and Passive Voices in News. URL: <https://mediahelpingmedia.org/basics/the-active-and-passive-voices-in-news/>
- 10) The Use of Adjectives and Adverbs in Journalism. URL: <https://mediahelpingmedia.org/basics/the-use-of-adjectives-and-adverbs-in-journalism/>
- 11) Watkins B. (ed.). Research Perspectives on Social Media Influencers and Brand Communication. Lexington Books. 2020. 192 p.